



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tantangan perubahan zaman yang cepat dengan penggunaan daya komputasi data yang tidak pernah ada lagi batasnya, perkembangan penggunaan internet dan teknologi digital harus dapat direspon cepat. Revolusi industri teknologi perlu dicermati oleh semua pemangku kepentingan di lingkungan perindustrian dan perdagangan agar dapat meningkatkan daya saing bangsa Indonesia di tengah persaingan global. Penyediaan informasi dan konsultasi konstruksi pembangunan rumah sebagai strategi pemasaran produk PT Semen Baturaja yang kreatif secara digital adalah hasil dari kemajuan tersebut yang baik untuk memudahkan dan berguna bagi instansi serta masyarakat.

Layanan konsultasi dengan cara digital banyak dibutuhkan oleh masyarakat di era ini dan sudah diterapkan dalam berbagai aspek bidang kehidupan. Dalam bidang konstruksi penyediaan layanan dapat diterapkan pada konsultasi bangun rumah yang kini sudah mulai banyak diminati oleh masyarakat. Selain itu, melalui layanan ini seharusnya juga bisa menjadi wadah pemasaran dan promosi produk PT Semen Baturaja yang efektif dan efisien sehingga dapat meningkatkan kemampuan konsumen dalam mengingat atau mengenali produk (*brand awareness*).

PT Semen Baturaja didirikan pada tanggal 14 Desember 1974 dan komposisi pemegang saham terdiri dari PT Semen Gresik (55%) dan PT Semen Padang (45%). Pada tahun 1979 perusahaan berubah status dari Penanaman Modal dalam negeri menjadi Persero sehingga nama perusahaan berubah menjadi PT Semen Baturaja (Persero) dengan komposisi saham sebesar 88% dimiliki oleh pemerintah Republik Indonesia. Pada tahun 1991 saham perseroan diambil alih



secara penuh oleh Pemerintah Republik Indonesia sehingga PT Semen Baturaja (Persero) resmi menjadi Badan Usaha Milik Negara (BUMN).

Produk yang dihasilkan oleh PT Semen Baturaja merupakan jenis semen yang dibutuhkan oleh masyarakat luas dalam pembangunan konstruksi secara umum seperti beton, perumahan, dan komponen bangunan seperti panel beton, tiang perancang, *hollow rick*, *paving block*, *batako*, polongan, pasangan bata, plesteran, keramik dan acian, landasan pacu pesawat terbang, serta lain sebagainya. Penggunaan produk semen PT Semen Baturaja dalam pembangunan konstruksi ringan dapat digunakan salah satunya adalah dalam hal pembangunan perumahan.

Layanan jasa konstruksi dalam pembangunan rumah dengan mempertimbangkan segala aspek perencanaan yang memudahkan masyarakat berbasis teknologi digital seharusnya dapat dimanfaatkan sebagai strategi aktivitas pemasaran produk. Selain sebagai adaptasi pada perbuahan era digitalisasi, masyarakat juga dapat merasakan kenyamanan dan kemudahan dari penggunaan aplikasinya. Akan tetapi, aplikasi layanan konsultasi bangun rumah tersebut belum tersedia di Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja selaku sub divisi Departemen Pemasaran yang bertanggung jawab dalam proses pemasaran produk secara digital. Maka untuk membantu permasalahan tersebut, penulis akan membuat sebuah aplikasi yang dijadikan sebuah Laporan Akhir dengan judul **“Aplikasi Konsultasi Bangun Rumah pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka permasalahan yang dibahas dalam penulisan laporan akhir ini, adalah **“Bagaimana membangun Aplikasi Konsultasi Bangun Rumah pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk?”**.



1.3 Batasan Masalah

Berdasarkan perumusan masalah di atas untuk lebih memudahkan dalam pemahaman, pembahasannya, dan tidak keluar dari permasalahan yang dibahas, maka penulis membatasi masalah pada Laporan Akhir ini sebagai berikut:

1. Aplikasi Konsultasi Bangun Rumah pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk hanya membahas proses konsultasi konstruksi bangun rumah sampai pada pemesanan dan pembayaran paket konstruksi (paket desain rumah) serta belum adanya informasi pembayaran tukang dan kontraktor.
2. Aplikasi Konsultasi Bangun Rumah pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk menyediakan informasi arsitek bersertifikasi sebagai konsultan dan bahan-bahan bangunan untuk konstruksi rumah.
3. Aplikasi Konsultasi Bangun Rumah pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk menggunakan program Berbasis *Website* dengan bahasa pemrograman *PHP*, *MySQL* sebagai basis datanya, *Notepad++* sebagai text editor.

1.4 Tujuan dan Manfaat

1.4.1 Tujuan

Adapun tujuan dari penulisan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Membangun suatu Aplikasi Konsultasi Bangun Rumah pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk sebagai wadah promosi dan pemasaran produk perusahaan.
2. Membangun suatu aplikasi yang memudahkan masyarakat umum dalam mencari informasi tentang konstruksi bangun rumah.
3. Membangun suatu aplikasi yang memberikan peluang perluasan jangkauan untuk Arsitek membuat profil dan menjual proyeknya.

1.4.2 Manfaat

Adapun manfaat dari pembuatan aplikasi ini adalah sebagai berikut:

1. Dapat mengatasi dan menyelesaikan masalah minimnya aktivitas promosi



produk perusahaan secara digital pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk.

2. Dapat memberikan pelayanan informasi yang lebih fleksibel kepada calon konsumen atau masyarakat, karena masyarakat bisa mengakses informasi ini kapan saja dan dimana saja.
3. Dapat memberikan peluang perluasan jangkauan bagi Arsitek dalam membuat profil dan menjual proyek mereka.

1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian adalah ilmu tentang metode-metode yang akan digunakan untuk melakukan suatu penelitian (Fathoni dalam Luthfiyah dan Fitrah, 2017:27). Berdasarkan pengertian menurut para ahli tersebut metode-metode penelitian harus digunakan dalam melaksanakan penelitian sebagai landasan berpikir dan bertindak.

1.5.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian untuk laporan akhir ini dilakukan penulis di Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja, jalan K.H. Bastari Perumahan OPI (Ogan Permata Indah) Jakabaring. Poros OPI Blok DA 21D, 21E, 21F RT 63. Seberang Ulu 1, 15 Ulu, Palembang. Ruang lingkup penelitian terbatas hanya pada Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk.

1.5.2 Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah Penelitian lapangan (*Field Research*), dilakukan dengan cara mengadakan peninjauan langsung pada instansi yang menjadi objek untuk mendapatkan data primer dan sekunder (Sugiyono dalam Herviani dan Febriansyah, 2016:23). Maka, dapat diartikan bahwa Teknik Pengumpulan data adalah suatu bentuk pengumpulan data dari perusahaan yang bertujuan untuk menyusun informasi penelitian. Terdapat dua sumber data yang akan menentukan proses pengumpulan data, yaitu :



1.5.2.1 Data Primer

Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumbernya (Wibisono, 2003:37) atau tempat objek penelitian dilakukan. Pada penyusunan laporan akhir ini peneliti menggunakan cara-cara sebagai berikut:

a. Pengamatan (Observasi)

Observasi atau pengamatan langsung adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian yang mendukung kegiatan penelitian, sehingga didapat gambaran secara jelas tentang kondisi objek penelitian tersebut. Pengamatan dilakukan di Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk dan pada beberapa masyarakat umum selaku calon konsumen dan pengguna aplikasi.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dengan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara. Penulis melakukan wawancara dengan Senior Manager Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja Tbk yaitu Bapak Ryan dan Bapak Pigar di Unit Kerja Digital Marketing PT Semen Baturaja (Persero) Tbk terkait prosedur dari Aplikasi Konsultasi Bangun Rumah dan mengenai data yang akan dibutuhkan penulis untuk Laporan Akhir ini.

1.5.2.2 Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang dikumpulkan atau dihasilkan oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian. Pengumpulan data sekunder ini dapat dilakukan dengan cara mencari dari buku, jurnal, laporan perusahaan, internet dan sebagainya (Wibisono, 2003:37), serta referensi lain yang berkaitan dengan Laporan Akhir ini.

Data sekunder juga dapat bersumber dari Laporan Kerja Praktik dan Laporan Akhir alumni dari perpustakaan Jurusan Manajemen Informatika atau perpustakaan pusat yang ada di Politeknik Negeri Sriwijaya.



1.6 Sistematika Penulisan

Agar pembahasan Laporan Akhir ini dapat memberikan gambaran sesuai dengan tujuan, maka penulisan Laporan Akhir ini disusun dengan sistematika penulisan sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini dijelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, batasan masalah, manfaat laporan Akhir, tujuan pembuatan aplikasi, metode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menguraikan secara singkat mengenai teori-teori yang berkaitan dengan judul laporan akhir ini, yaitu teori umum, teori khusus dan teori program.

BAB III GAMBARAN UMUM INSTANSI

Pada bab ini memaparkan sejarah berdirinya PT Semen Baturaja (Persero) Tbk, visi, misi dan tata nilai instansi, struktur organisasi instansi.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini berisikan pembahasan mengenai perancangan sistem yang meliputi penentuan alat dan bahan yang digunakan dalam penulisan laporan akhir, definisi masalah studi kelayakan, pengembangan sistem, rancangan sistem yang baru, perancangan sistem, serta hasil dari proses pembuatan program aplikasi tersebut.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisi kesimpulan dari apa yang telah dipaparkan dan dibahas dalam bab-bab sebelumnya. Sebagai tindak lanjut dari kesimpulan, maka pada akhir penulisan dikemukakan saran yang dapat berguna bagi semua pihak. Serta memberikan saran untuk membantu dalam pengembangan aplikasi kedepannya yang telah kami bangun.